

عنوان مقاله:

بررسی میزان تاثیر رفتارهای تعاملی فروشنده با مشتری بر افزایش فروش بر اساس مدل D.Davis Dyreen

محل انتشار:

دومین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سمانه وجودی قناد - گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

سیدمحمدتقی حسینی کیا - گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق، بررسی میزان تاثیر رفتارهای تعاملی فروشنده با مشتری بر افزایش فروش بر اساس مدل D.Davis Dyreen میباشد. جامعه آماری پژوهش موردنظر، متشکل از مسافران هواپیمایی قشم می باشد. از روش نمونه گیری اسنوبال (Snowball Sampling) استفاده شد و پرسشنامه ها از طریق اینترنت توزیع گردیده است. این تحقیق بر اساس ماهیت و رویکرد، تحقیقاتی علیمعلولی است و از نظر روش جمع آوری اطلاعات نیز جزء تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می باشد و از نظر نوع داده ها نیز کیفی میباشد. روش گردآوری داده ها در این پژوهش، کتابخانه ای و میدانی می باشد. پژوهش حاضر دارای روایی مورد تأیید می باشد. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم افزار SPSS مورد محاسبه قرار گرفته است. برای تحلیل داده ها و آزمون فرضیات تحقیق، از روش های آماری آزمون t تک نمونه ای، از تحلیل عاملی تاییدی برای سنجش مدل های اندازه گیری استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای آماری SPSS 19 و LISREL 8.5 استفاده شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین تعامل فروشنده با مشتری و افزایش میزان فروش در صنعت هواپیمایی ارتباط معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

رفتارهای تعاملی فروشنده با مشتری، رفتار اثرگذار آرمانی، رفتار انگیزش الهامی، رفتار تحریک عقلایی، رفتار ملاحظات انفرادی، رفتار فروش هوشمند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/467673>

